



Con quello romano, si è praticamente chiusa la stagione dei saloni dedicati al franchising e che, per venire incontro al crescente interesse, cercano di avvicinarsi al pubblico delle varie regioni d'Italia.

Una vetrina al Centro per le insegne di franchising

È la quinta edizione del Roma Expo Franchising quella che si è svolta nella capitale il 20, 21 e 22 aprile scorsi. Gli espositori sono stati 120 ma i marchi rappresentati in tutto 180 per 9 mila metri quadrati di superficie espositiva. I 12 mila i visitatori hanno gratificato gli organizzatori e hanno dimostrato che nel Centro e nel Sud d'Italia c'è un grandissimo interesse per le attività in affiliazione ed enormi prospettive di sviluppo. L'edizione di quest'anno è stata anche la prima a svolgersi nella nuova struttura della Fiera di Roma, che si è trasferita dal vecchio quartiere Eur a un'area più vasta situata sul raccordo autostradale per l'aeroporto di Fiumicino. A conclusione della manifestazione sono state annunciate le date per la prossima edizione, che si svolgerà dall'11 al 13 aprile 2008. Anche in quest'occasione, *Millionaire* era presente e oggi offre una panoramica delle novità più significative dell'intero salone.

» 99 CENT

Sono ormai oltre 150 i punti vendita di 99 cent-shop, negozi dove tutto costa un centesimo in meno di un euro. Si tratta di oltre 15 mila articoli che vanno dai detersivi ai gadget ai giocattoli agli oggetti utili a quelli d'arredamento. Un assortimento vastissimo che viene continuamente rinnovato dall'ufficio acquisti della Sms Distribution di Bolzano, la società che ha lanciato la catena nel 1997. Per un punto vendita 99 cent-shop è necessaria una posizione con passaggio pedonale in una città di almeno 10-15 mila abitanti. La superficie minima del negozio è di 80 mq, ma si può arrivare a superare i 500 mq, con un assortimento più vasto che incrementa le vendite. In ogni caso, bisogna disporre di un magazzino nelle adiacenze per rifornire gli scaffali tempestivamente.
INFO: Sms Distribution, tel. 0471 502350, www.cent-shop.com, info@cent-shop.com



» CLIO CLUB

Clio Club è una palestra riservata al pubblico femminile. Nasce da un'esperienza pluridecennale e si è sviluppata a mano a mano che cresceva il mercato italiano, anticipando le varie tappe, come il concetto di wellness o la possibilità di applicare in questo settore il credito al consumo e pagare a rate l'abbonamento alla palestra. Ogni Clio Club è distinto in due zone: area Fitness e area Estetica. L'area accoglienza è stata progettata per ospitare eventi dell'universo femminile. Giornate dedicate al trucco o consigli su come scegliere il taglio ed il colore dei capelli, eventi di teatro, cinema, concerti. Fino ad agosto 2007, Clio Club non avrà costi di fee di ingresso, che da settembre inciderà per 20 mila euro, mentre le royalty sul fatturato passeranno dal 6% al 10%.
INFO: Clio Club, Numero Verde 800 982587, info@clioclub.it



» FRUITBAR

Chioschi mobili che hanno la forma di un frutto, come una fragola, un limone o altro, oppure di un pallone o anche di un bricco per la cioccolata. E' questa l'idea, semplice ma suggestiva, di Fruitbar, una proposta di franchising che dichiara di volere recuperare l'antica tradizione dei chioschi bar, in una rivisitazione moderna. Corredato di un carrello, il chiosco a forma di frutto si può portare dappertutto: nelle sagre di paese, nelle spiagge, davanti agli stadi e perfino nelle piste da sci.
INFO: Fruitbar, tel. 392 4158270, www.fruitbar.it, fruitbarsrl@libero.it

» FUSION FOOD

Nel 2005 apriva a Roma il primo Fusion Food, ristorante di sushi take away con laboratorio a vista. Nel 2006, sull'onda dell'affermazione del primo locale, nasce la proposta di affiliazione. Per aprire un Fusion Food bisogna disporre di un locale commerciale intorno ai 50-60 mq. con autorizzazione sanitaria per laboratorio artigianale e situata in città di almeno 500 mila abitanti. Il franchisor si occupa della progettazione e dell'adeguamento locali. La formazione prevede 140 ore di addestramento. A carico dell'affiliato un investimento di circa 40 mila euro più Iva per le attrezzature e l'arredo, oltre alla fee d'ingresso e le royalty annuali. Inoltre, viene richiesto l'impegno a investire il 2,5% del fatturato in pubblicità.
INFO: Fusion Food, tel. 06 3200407, franchising@sushifusionfood.com



»»» CONFIMPRESE

Quest'anno, una vasta area espositiva del salone di Roma è stata occupata da alcuni associati di Confimprese, associazione di categoria che raggruppa imprese commerciali che rappresentano una parte significativa del sistema economico italiano: 70 imprese medio-grandi o, comunque, rappresentative del proprio mercato di riferimento. Al Roma Expo Franchising erano presenti nove franchisor. Eccoli, in sintesi.

» **Blockbuster**, l'unica catena della grande distribuzione che offre home entertainment a 360 gradi: noleggio e vendita di film e games nuovi e usati, cd musicali, libri, food & beverage.

» **Cartridge World**, nato nel 1988 in Australia, tra le prime società al mondo a occuparsi di ricarica di cartucce inkjet e toner con oltre 1.300 affiliati nel mondo. Dal 2006 è presente anche in Italia.

» **Genius Point**, propone due formule commerciali, Carta & Fantasia, dedicata alla cartoleria e all'oggettistica da regalo, e Office & Business per prodotti e servizi per l'ufficio.

» **Il Caffè di Roma**, è il format di caffetterie firmato Lavazza che vuol portare l'aroma del vero caffè italiano in tutto il mondo.

» **Kipoint**, è l'iniziativa in franchising del Gruppo Poste Italiane: il centro servizi destinato a privati, professionisti e piccole imprese.

» **Mutuimm**, è un network di mediazione creditizia che opera in 16 regioni con l'ausilio di 32 area manager e una rete di specialisti capace di gestire i mutui con tecniche innovative.

» **NextPeople**, rete di abbigliamento specializzato nel trend look da 0 a 14 anni di Aureli, conta già tre negozi di proprietà, tre outlet e cinque punti vendita in franchising.

» **Old Wild West**, brand della Compagnia Generale Ristorazione Spa, specializzata in ristoranti multietnici in franchising, è una Steak House-Birreria collocata in uno scenario da saloon western.

» **Yogogurt**, franchising di yogurterie, per un'attività facile e dinamica che non richiede alcuna esperienza pregressa, ma offre utili elevati e immediati a fronte di un investimento modesto.
INFO: Confimprese, tel. 02 89013233, www.confimprese.it



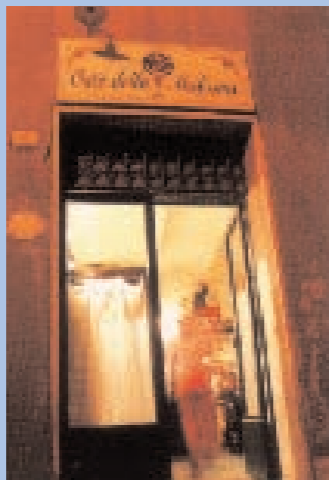
GRUPPO GABRIELLI

Il Gruppo Gabrielli opera nella grande distribuzione fin dal 1953 e gestisce oggi 140 punti vendita in cinque diverse regioni del Centro Italia. Le varie tipologie di vendita vengono identificate da diversi marchi-insegne, rispettivamente: Tigre, superette e piccoli supermercati; MaxiTigre, supermercati e supermercati integrati; Dis, soft discount. Il Gruppo Gabrielli assiste gli affiliati fin dalla fase di progettazione del nuovo punto vendita, con analisi di mercato e piano finanziario, e durante lo start up e la gestione, con la selezione e l'addestramento del personale, la definizione dell'assortimento più indicato, la definizione di budget, l'organizzazione logistica e così via. **INFO:** Gruppo Gabrielli, www.gabriellisp.it, affiliazione@gabriellisp.it

IDROCLEAN

Aqua Sana Point sono dei veri e propri negozi di acqua. Si tratta, naturalmente, di acqua da bere che ha delle caratteristiche particolarmente apprezzabili per la salute e che viene ricavata trattando la normale acqua dell'acquedotto locale con attrezzature specifiche che la depurano e la arricchiscono secondo le necessità e il gusto del cliente. Si può produrre acqua frizzante e anche miscelata con succhi di frutta. La società è nata nel 1993, ma è solo nel 2004 che ha lanciato il progetto di franchising. Ogni negozio vende non solo l'acqua imbottigliata, come la comune acqua minerale, ma anche gli impianti per produrla autonomamente, in casa propria. Per il punto vendita, sono richiesti tra i 60 e gli 80 mq. in zona commerciale e con facilità di parcheggio. L'investimento iniziale ammonta a circa 32 mila euro e non sono previste royalty o fee d'ingresso.

INFO: Idroclean Team, tel 800 626220 - 199 112640 - 080 3758323, www.aquasanapoint.it



INKLAND

L'idea di Inkland, nata all'alba del nuovo millennio, a luglio del 2000, era di un espositore per cartucce da stampante da piazzare nelle cartolerie e nei negozi di informatica e di prodotti per ufficio. Per il negoziante c'erano i vantaggi del conto vendita e di una vendita self service, che riduceva le esigenze di assistenza al cliente. La proposta di franchising, che nasce dopo avere raggiunto una presenza in ben 1500 punti vendita di tutt'Italia con accessori informatici di vario tipo, prevede l'investimento zero per l'affiliato che dovrà visitare una o due volte al mese i suoi clienti per rifornire i distributori. Più ampio l'assortimento per chi decide, invece, di aprire un vero negozio Inkland dove è disponibile anche una vasta gamma di hardware. Investimento iniziale limitato alla fee d'ingresso: 10 mila euro più Iva.

INFO: Inkland, Claudio Carlot, tel. 0434 561786, www.inkland.it, info@inkland.it

LA CAMICERIA

Produce camicie da oltre 20 anni, ma è dal 1998 che ha lanciato la propria catena, La Camiceria italiana, dove si vendono solo camicie rigorosamente di produzione nazionale. I nuovi affiliati vengono assistiti già dalla fase di ricerca dei locali, che devono essere in un bacino di circa 50 mila abitanti, e possono richiedere il progetto architettonico del nuovo punto vendita che potrà costare, a titolo puramente indicativo, circa 500 euro a metro quadrato. Sono previste facilitazioni di pagamento tramite leasing. Ammonta a circa 40/50 mila euro l'assortimento iniziale, che comprende camicie, cravatte, maglieria, giubbotti, accessori ecc. A ogni punto vendita viene assicurata l'esclusiva territoriale. Per la conduzione saranno sufficienti una persona a tempo pieno e una part time. **INFO:** La Camiceria italiana, tel. 06 32650115, info@lacamiceriaitaliana.it

OSTE DELLA MAL'ORA

Torna di moda l'osteria. Ma con una formula attualizzata e più raffinata che si è già affermata nel locale di Terni, dove Oste della mal'ora fa affidamento su una clientela affezionata. Nata nel retrobottega di una enoteca, la moderna osteria punta su una scelta di vini e liquori molto vasta e su specialità gastronomiche stuzzicanti ed evocative. La comunicazione è da sempre un punto di forza di Oste della mal'ora: già il nome, che ricorda un'imprecazione popolare, indica una buona dose di autoironia che si sviluppa, poi, con lo stile dell'accoglienza. Per affiliarsi, bastano dei locali tra i 60 e gli 80 mq mentre l'investimento iniziale è di circa 90 mila euro, tra arredamento, attrezzature prima fornitura di vini, oltre a 10 mila euro per la fee d'ingresso. **INFO:** Oste della Mal'ora Services - Franchising network, tel. 0744 813859, efiliberti@ostedellamalora.it, mmagnanti@ostedellamalora.it



PASTARITO

Sono ormai 45 i locali con insegna PastaRito, catena lanciata nel 1993 a Torino e oggi di proprietà del Gruppo Cir Food, tra le maggiori aziende italiane nel settore della ristorazione. Sono locali nei quali protagonisti rimangono i due alimenti che dominano le tavole degli italiani: la pasta e la pizza. Il locale deve avere una superficie intorno ai 350 mq. e il personale necessario è tra i 10 e i 12 addetti. L'investimento previsto è di mille euro al mq, oltre alla fee d'ingresso e le royalty mensili, che sono calcolate sul fatturato. Un ristorante PastaRito può essere aperto in una città di almeno 50 mila abitanti.

INFO: Gruppo Cir Food, tel. 0522 532321, segreteria@cirpunto.com



RED@POINT

Red@Point sono dei centri servizi che offrono dalla stampa dei biglietti da visita alle scommesse sportive fino alle ricariche telefoniche e per il digitale terrestre. Il network nasce da una società internazionale, il gruppo Harco, che incorpora società italiane e britanniche impegnate da anni nella ricerca tecnologica dell'informazione visiva e dell'intrattenimento. Tre i format possibili, in funzione dello spazio disponibile: junior, senior e major, rispettivamente per locali di 35, 45 e 60 mq. Agli affiliati viene garantito il supporto fin dalle fasi di pre-apertura, la fornitura di attrezzature e arredo nonché la progettazione del centro, la formazione nella Business School Red@Point, l'esclusiva di zona, il collegamento per l'erogazione dei servizi e le comunicazioni intraziendali.

INFO: Gruppo Harco, tel. 011 2261735, www.gruppoharco.it



SIAF

Siaf opera dal 2000 in ambito nazionale nei settori finanziario e assicurativo. Offre servizi a privati e aziende, con una consulenza personalizzata che punta ad individuare le soluzioni più opportune per il cliente. L'affiliato Siaf è un imprenditore che opera autonomamente, ma con il supporto costante del franchisor e utilizzando strumenti informatici che danno informazioni in tempo reale sui prodotti finanziari da offrire e sulle pratiche già istruite. L'investimento previsto è di 7.500 euro e le royalty sono di 350 euro al mese. **INFO:** Siaf, tel. 06 5595137, www.siafonline.it, info@siafonline.it

SPOSI AMO

Organizzano matrimoni con la stessa professionalità con la quale da 15 anni si occupano di convegni e meeting aziendali. Per l'agenzia Eventi Speciali è giunto il momento anche per l'Italia di tralasciare il "matrimonio fai da te" e affidarsi ai professionisti, come negli Usa avviene da tempo. Tra i requisiti richiesti a chi si affilia, una buona dose di creatività, per realizzare un evento nel quale tutto fili liscio, ma che al tempo stesso riesca a trasmettere emozione ai protagonisti, ovvero i clienti, e agli ospiti.

INFO: Eventi Speciali tel. 0761 438508, cell. 339 4940138, www.eventi-speciali.it



PRIMADONNA COLLECTION

I negozi Primadonna Collection sono dedicati esclusivamente a calzature e accessori per donna. Nato dalla Tatarella distribuzione srl, di Bitonto, in provincia di Bari, il progetto franchising è stato lanciato lo scorso autunno ma sono già una ventina i negozi con l'insegna Primadonna, in gran parte di proprietà del franchisor. Il marchio punta a una cliente particolarmente attenta alla moda e che considera la scarpa un modo per esprimere la propria personalità. Il contratto di franchising prevede la formula del conto vendita e un investimento, per l'allestimento del negozio, di circa 600 euro al metro quadrato. I locali devono avere una superficie tra i 75 e i 150 mq. Il franchisor si fa carico di pubblicizzare il marchio sui mezzi nazionali mentre in ambito locale gli investimenti sono a carico dell'affiliato.

INFO: Tatarella Distribuzione, tel. 080 3751575, www.primadonnacollection.com



VIDEOBROKERS

Il network degli InfoBrokers sarà il primo a sperimentare l'efficacia del Business radar®, il nuovo motore di ricerca di contatti di business interamente italiano rilasciato dai laboratori di ricerca e innovazione Ict di Stelnet.com. L'organizzazione Stelnet.com è nata nel 1986 come spin-off dell'Università di Cagliari e si sviluppa oggi in franchising con le insegne InfoBroker (60 affiliati in Italia) e ItalyBureau.com (7 affiliati all'estero). Il franchising Infobroker, avviato nel 1988, è stato uno dei primi modelli di Home Franchising, una modalità operativa in telelavoro. Il Business Radar riassume in un unico modello di lavoro una serie di potenti innovazioni, collegate all'introduzione nelle aziende delle enormi potenzialità del WEB 2.0 e della Business Television. Il sistema si avvale di un prototipo, rilasciato nell'ambito dei programmi Innovazione e Ricerca, in collaborazione con Università di Cagliari, Ministero Università e Ricerca e progetti Innovazione di Regione Sardegna.

INFO: tel. 070 503093, franchising@stelnet.com, www.stelnet.com, www.info-brokers.it